

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Budiman, K. (2011). *Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jelasutra.
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, Diskursu Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami Semiotik Media*. Yogyakarta: Jelasutra.
- Durianto. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge.
- Fiske, J. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi: Penerjemah Hapsari Dwiningtyas. Ed 3-1*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Johson, M. L. (2007). *Terjemahan Haris Munandar Dudy Priyatna, Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Prenhallindo.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Madjadikara, A. S. (2004). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

McQuail, D. (2002). *Media Performance: Mass Communication and The Public Interest*. London: Sage Publication.

Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mulyana, D. (1990). *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Noviani, R. (2002). *Jalan Tengah Memahami Iklan: Antara Realitas, Representasi, dan Simulasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.

Piliang, Y. A. (2003). *Hipersemiotika: Tafsir Culture Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.

Piliang, Y. A. (2010). *Semiotika dan Hypersemiotika*. Matahari: Bandung.

Piliang, Y. A. (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya, dan Matinya Makna*. Bandung: Matahari.

Purwanto, D. (2011). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sobur, A. (2006). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sobur, A. (2004). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Wibowo. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Widyatama, R. (2006). *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Widyatama, R. (2005). *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.

Wirjodiatmo, S. (1977). *Konsepsi Marketing Modern dan Tempat Advertising didalamnya*. Jakarta: PPPI.

## **JURNAL**

Haryono, S. R. (2017). Identitas Budaya Indonesia: Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Aqua Versi "Temukan Indonesiamu". *Jurnal Ilmu Komunikasi* , Vol. 13 No. 2.

Jazuli. (2011). Penciptaan Pesan Moral Iklan Rokok Gudang Garam Merah di Televisi dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Etika Sopan Santun, Kepatuhan Pada Aturan Tradisi, dan Etika Saling Menghargai Pada Masyarakat Yogyakarta. *AKMENIKA UPY* , Vol. 7.

Limantara, M. (2018). Analisis Karakteristik Iklan Dimas Djay (Budaya Indonesia: Humor dan Kolosal). *Jurnal Ilmu Komunikasi* , Vol. 2 No. 2.

Prasetyaningtyas, Ayu. (2012). Analisis Semiotik dan Wacana Pada Iklan Rokok LA Lights "Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!" Versi Topeng Monyet di Media Televisi". *Skriptorium*, Vol. 1 No.3.

## **SKRIPSI**

Delfisianus, Okto. (2011). Skripsi: *Analisis Semiotika Makna Pesan Iklan Air Minum Dalam Kemasan AQUA Versi "Sumber Air Su Dekat" di Media Televisi*. Komunikasi FISIP Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.

Helmy, Abid. (2012). Skripsi: *Kritik Sosial Dalam Iklan Komersial (Analisis Semiotika Pada Iklan Rokok Djarum 76 Versi Gayus Tambunan)*. Komunikasi FISHUM Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## **WEBSITE**

CNN Indonesia dikutip <https://m.cnnindonesia.com/internasional/20190828153113-106-425408/relasi-indonesia-malaysia-serumpun-kadang-tak-rukun/2>, diakses pada tanggal 22 Maret 2021.

Tirto.id dikutip dari <https://www.google.com/amp/s/amp.tirto.id/agar-iklan-tak-salah-sasaran-bXeB>, diakses pada tanggal 22 Maret 2021.

Komisi Penyiaran Indonesia dikutip dari <http://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/31912-edaran-untuk-lembaga-penyiaran-perihal-iklan-rokok?detail3=4184&detail5=5366>, diakses pada tanggal 22 Maret 2021.

Djarum dikutip dari <https://www.google.co.id/amp/s/www.djarum.co.id/amp/home>, diakses pada tanggal 05 Agustus 2021.

